

A VÁLLALATI SIKERESSÉG MÚLTJA ÉS JELENE A SZLOVÁK–MAGYAR HATÁRTÉRSÉGBEN

THE PAST AND THE PRESENT OF CORPORATE SUCCESS IN THE SLOVAK–HUNGARIAN BORDER REGION

KOSÁR SILVIA tanársegéd

Selye János Egyetem Gazdaságtudományi Kar

Abstract

The business environment in the last 20 years in Slovakia went through several stages of evolution. Before the change of the political system in the post-socialist countries only the state-owned entities were approved. After the change the small and medium-sized enterprises began to develop rapidly in numbers.

While the 1990s in the former socialist countries was characterized by the privatization of state property, now the main objective is to eliminate the consequences of the global crisis erupted in autumn 2008. In the recovery from the downturn the companies play a significant role as they are the main source of income in the state budget. Those organizations will contribute to mitigate the effects of the crisis, which can be effectively managed.

This study presents the results of a research of corporate success, especially in the Slovak manners. It provides a brief overview of the evolution of the corporate environment from the 90's until now, and gives a summary of the final results of a quantitative survey which was made in 2009.

1. Bevezetés

A hazai- és világgazdaságot napjainkban a válság kezelése és következményeinek a csökkentése foglalkoztatja. A hanyatlásból való kilábalás lehetőségét a vállalati szféra hatékony működése jelenti az országok számára. A vállalkozások azért jelentik a legmegfelelőbb alternatívát, mivel a gazdaságok hajtóerei. Egyrészt az állami költségvetések legfontosabb bevételi forrásai, másrészt nagymértékben hozzájárulnak a munkanélküliség csökkentéséhez. Azok a szervezetek támogatják a fejlődést, amelyek eredményesen tudnak tevékenykedni.

Szlovákiában a vállalkozások jelentős részét kis- és középvállalkozások alkotják. Tanulmányom középpontjában is az ilyen típusú szervezetek vizsgálata áll. Elsőként a rendszerváltás hatásait szemléltetem Szlovákia vállalkozói környezetére, majd primer kutatásom eredményeit összegzem. Jelen tanulmány célja Szlovákia és Magyarország néhány határmenti térségére vonatkozóan feltérképezni a városokban működő vállalatok sikerességhez való viszonyulását, valamint megvizsgálni a sikertényezők hatékonyságát.

2. A vállalati környezet fejlődése Szlovákiában

Mivel a kis- és középvállalkozások elengedhetetlen elemét képezik egy állam szervezeteinek, és kutatásom középpontjában is ők állnak, ezért a vállalati környezet fejlődését a vállalkozások szemszögéből mutatom be.

A rendszerváltás előtt a legtöbb szocialista országban a kommunista hatalomátvételt követően erőszakos államosítási és szövetkezetesítési mozgalom keretében felszámolták nemcsak a nagy, de a kis magántulajdont is. Kivételt képzett az NDK, Lengyelország és Magyarország. A Német Demokratikus Köztársaságban az 1970-es évek közepéig az ipari termelés nagy hányada a magántulajdonban lévő kisvállalatoknál összpontosult. Lengyelországban, magántulajdonban maradt a termőföld nagy része, Magyarországon pedig kisiparosok nyújtották a lakossági szolgáltatások többségét.¹

Az 1989-es év társadalmunk számára a változások kezdetét jelentette – politikai, gazdasági, szervezeti és társadalmi fordulatokat egyaránt. A rendszerváltás után nem csak a reformországokra, de a volt szocialista államokra is jellemzővé vált a kisméretű magánvállalkozások alapítása.

Szlovákiában az első két-három évben nagyon gyorsan gyarapodott a kisiparosok száma. 1993-ban a vállalkozói engedéllyel rendelkező szervezetek száma majdnem a 2002-es statisztikai adatokkal volt egyenlő. Ezen időszavat vizsgálva megállapítható, hogy a szakasz első felében kisebb visszaesés tapasztalható (1993–1996), majd a második periódusban hirtelen növekedés (1996–2002) figyelhető meg. A kis- és középvállalkozások számának alakulását Szlovákiában két időszakra lehet felosztani:

1. Az 1990-es évek – a nagy állami vállalatok struktúraváltása volt jellemző erre az időszakra. Ezen vállalatok mérete és alkalmazottainak száma egyre csökkent, miközben ezzel párhuzamosan a leváló egységekből különféle szervezetek képződtek. Előbb az ún. kisprivatizációról (boltok, üzlethelységek és vendéglők), majd az állami vállalatok privatizációjáról lehet beszélni. A 90-es években ezen változásoknak köszönhetően a kis- és középvállalkozások száma gyors ütemben növekedett.
2. A 2000-es évek – a 21. század elejére azonban a szervezetenkénti eredő vállalat-alapítási igény lassan kimerül, mivel a vállalati szférák többsége már keresztülhaladt a struktúraváltás folyamatán. A vállalatok számának alakulását nagymértékben a megfelelő vállalkozói környezet kialakítása befolyásolja. Nem csak a kis- és középvállalkozások előnyben részesítéséről van szó, hanem olyan környezet kiépítéséről, amely támogatja a szervezet gyors fejlődését és hatékony működését.²

Köztudomású tény, hogy a vállalkozások jelentik a piacgazdaságok hajtóerejét és az országok fő bevételi forrását. A Közép-Európában végbement gazdasági-politikai rendszerváltást követően ezek főleg a kis- és középvállalkozások lettek. Ahhoz, hogy ez továbbra is így maradjon sikeres vállalkozásokra van szükség.

3. A vállalati sikeresség múltja és jelene Szlovákiában

A sikeresség fogalmát az üzleti világban sokan sokféleképpen értelmezik. Egyes vállalkozók számára az eredményességet, mások számára a jövedelmezőséget vagy a jó fizetőképességet jelenti. A siker az üzleti életben egy vállalkozás látványos „nagy dobása”, amely a különleges tehetséggel és szerencsével ellátott menedzsereknek köszönhető, és a cég számára kiemelkedő profitot, lenyűgöző növekedési mutatókat eredményez.

A vállalati gyakorlatban elterjedt nézet szerint a sikeres vállalkozás „titka” az, ha ponto-

san tudható, kik lesznek a vállalat által előállított termékek vagy szolgáltatások vásárlói. Ahhoz, hogy a vállalkozás eredményesen tevékenykedjen, fontos a jól képzett munkatársak közössége és karizmatikus vezetők jelenléte. Ezen belső vállalati érintettek együttműködése meghozza az eredményt magas jövedelmezőség, tartós likviditás és stabilitás formájában.

A 21. században megváltozott világgazdasági körülmények között több tényezőt kell figyelembe vennie a vállalatoknak a gazdasági, illetve üzleti siker érdekében.

3.1. A vállalkozói sikeresség vizsgálata

A sikeresség vizsgálatával az elmúlt században számos kutatás foglalkozott. A vizsgálódásban arra a kérdésre keresték a választ, hogy melyek a vállalkozások azon tényezői és folyamatai, amelyek az eredményességet befolyásolják. Többek között vizsgálták a következő tényezőket:

- a sikerességgel kapcsolatba hozható feltételeket,
- a sikertényezőket,
- a vállalatok célrendszereit,
- valamint a szervezeti működés legfontosabb összetevőit.

Ezek a vizsgálatok többségében már több mint öt éve lezárultak. Voltak, amelyeket Magyarországon, és voltak, amelyeket nyugat-európai országokban végeztek el. Szekunder adatok gyűjtése során, sajnálatos módon nem találkoztam olyan tanulmánnyal, amelyet Szlovákiában végeztek volna el.

A múlt vizsgálódásai ösztönöztek arra, hogy megvizsgáljam Szlovákia jelenlegi helyzetét a vállalati sikeresség szempontjából. Ebből a célból egy kérdőíves felmérés készült annak feltérképezésére, hogy Szlovákia délnyugati határvidékein miképpen vélekednek a vállalkozók a sikerességről.

3.1.1. A kutatás tartalma és módszerei

Ahhoz, hogy a sikerességről alkotott vélemények megismerésén túl rá lehessen világítani a közöttük lévő összefüggésekre, a vállalkozók közötti primer adatgyűjtés elvégzésére volt szükség. A kvantitatív jellegű kutatás során kérdőíves megkérdezés alapján történt meg a szükséges adatok összegyűjtése.

Mintaterületként 3 területi egység, délnyugat-szlovákiai járás 150 vállalata, illetve vállalkozása lett kiválasztva (1. ábra).



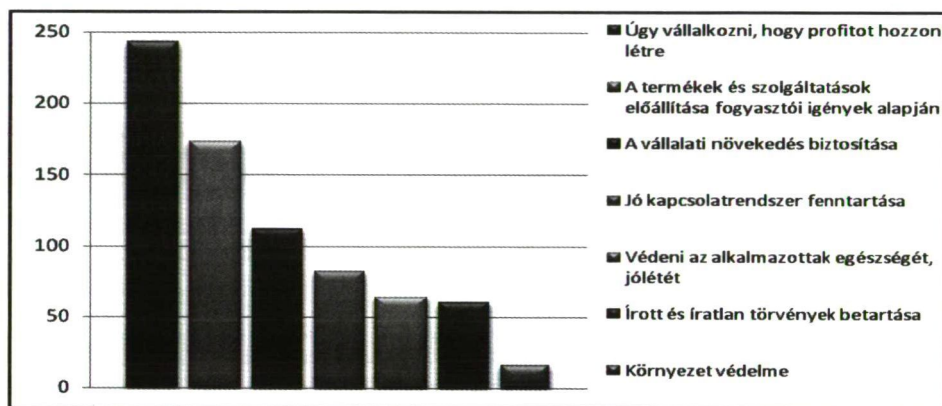
1. ábra. A mintaterület
Figure 1. Observation area
(Forrás: Saját szerkesztés)

A kérdőívek kitöltésére 2009 tavaszán került sor. A lekérdezés nemcsak nagyobb városokra, hanem a vizsgált térség több kisvárosára is kiterjedt. Emellett fontos volt, hogy ne csak a gazdaságilag fejlettebb városok vállalkozóinak sikerről alkotott véleményét ismerjük meg, hanem a központoktól távolabb fekvőket is.

A kérdőíves felmérés során sok olyan vállalkozás is bekerült volna a mintába, amelyeknek vezetői nem vallották magukat sikeresnek. Mivel vizsgálatom célja a vállalkozói sikeresség sajátosságainak a vizsgálata, ennél fogva csak olyan vállalkozásokat kérdeztem meg, amelyeknek vezetői sikeresnek tartották, illetve tartják szervezeteiket.

3.2. Primer kutatás eredményei Szlovákiában

Vizsgálódásom első részében a múltban megvalósult kutatások eredményeit vetettem össze kérdőíves felmérésem eredményeivel. Elsőként a vállalatok célrendszerét vizsgáltam. A nyugati államokban az első helyen a fogyasztók igényeinek alapján kialakított termelés helyezkedik el. A fogyasztók igényeinek kielégítése megelőzi tehát a profit előállítását. Ez annak tudható be, hogy hosszú távon csak az a vállalat lehet sikeres, amelyik figyelemmel kíséri a vásárlók igényeit. A nyugati államokban megkérdezett vállalatok a környezettel való összhangra törekednek. A szlovákiai vállalatok célrendszerét a következő ábra szemlélteti (2. ábra).

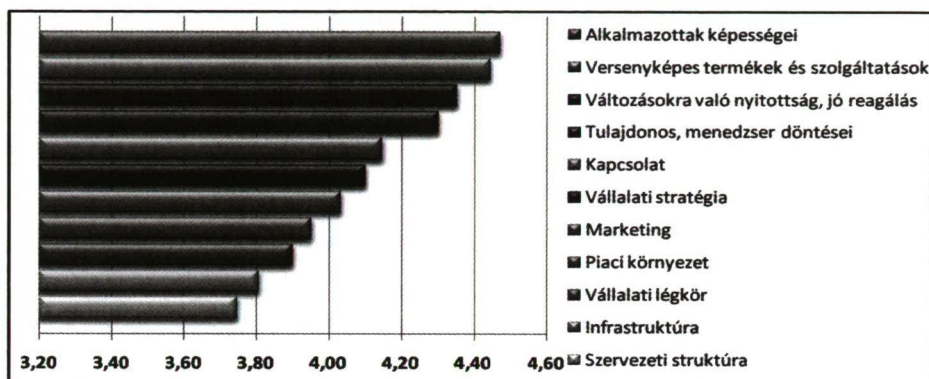


2. ábra. A vállalati célok rangsora
 Figure 2. Graduation of corporate objectives
 (Forrás: Saját szerkesztés)

A szlovákiai mintára kapott eredményekből kitűnik, hogy a vállalkozás gazdasági jólétének növekedését biztosító tényezők többsége megelőzi az adaptív célokat. Az első helyen a nyereség biztosítása áll. A környezethez való adaptációt biztosító célok közül a legfontosabb a fogyasztói igényekhez való alkalmazkodás, valamint a jó kapcsolatrendszer fenntartása.

Második lépésben a vállalatok sikertényezőinek a rangsorát vizsgáltam. A 2002-ben publikált kutatásban az első helyen a menedzseri/tulajdonosi döntések állnak, valamint a belső tényezők dominálnak. A szlovákiai mintaterületre vonatkozó vizsgálati eredmények szerint (3. ábra) az alkalmazottak képességei a legfontosabbak, bár a mutató értéke alig marad el a versenyképes termékek és szolgáltatások körétől. A diagramm további vizsgálatából kitűnik a szervezet belső tényezőire való koncentráció hátrányos helyzete. A

vállalati stratégiának a szlovákiai vállalkozók körében is fontos szerepe van, de a siker olyan feltételei, mint a jó vállalati légkör, valamint a szervezet, a rangsor végén helyezkednek el.



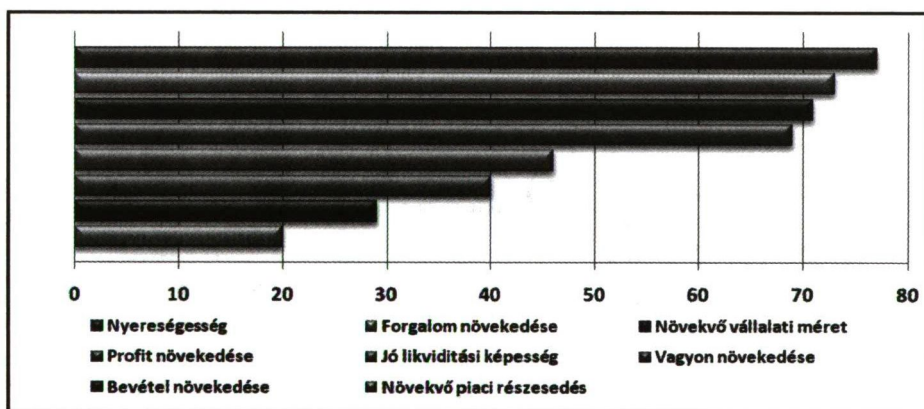
3. ábra. A sikert befolyásoló tényezők rangsora

Figure 3. Gradination of factors affecting success

(Forrás: Saját szerkesztés)

A kérdőíves felmérés segítségével végzett primer kutatások elsődleges célja volt annak meghatározása, hogy mikor tekinthető egy vállalat sikeresnek, továbbá, hogyan éri el a sikert. Bár a vállalkozásukat sikeresen működtető egyének jól tudják ezekre a kérdésekre a választ, azonban a többi vállalkozónak nem tudnak (és a piacon való versengésük miatt többnyire nem is akarnak) felírni erre vonatkozóan egy eredményes bevált receptet. Nagyon fontos tehát, hogy több oldalról megvizsgáljuk a sikeres vállalkozás jellemzőit.

A vállalkozói sikerességet jelző mutatók ábrázolásából (4. ábra) látható, hogy a mintaterület vállalkozói akkor vallják szervezetüket sikeresnek, ha nyereségesek, ha nő a forgalmuk, vállalatuk mérete és profitja. Emellett fontos, hogy jó likviditási képességgel rendelkezzenek, emelkedjen bevételük és piaci részesedésük.

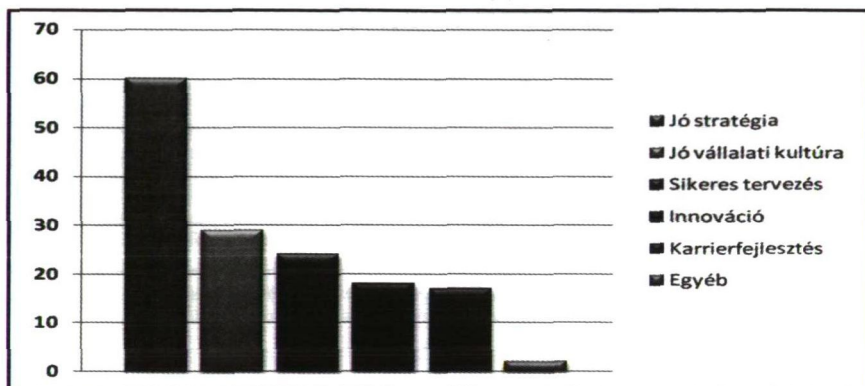


4. ábra. A vállalkozói sikeresség jellemzői

Figure 4. The characteristics of entrepreneurial success

(Forrás: Saját szerkesztés)

A szlovákiai cégek számára az elsőrendű sikert a nyereségesség jelenti. Ha ezt elérték, arra töreksenek, hogy növeljék forgalmukat. A forgalom növekedésével több pénzeszközt tudnak beruházni infrastruktúrájuk kiépítésébe. Nagyobb vállalati mérettel több terméket és szolgáltatást tudnak előállítani. Ennek köszönhetően nő profitjuk, valamint jobb fizetőképességgel rendelkeznek. A bevételek és a profit növekedésével a vállalkozás vagyona is gyarapodik. A többlet újrabefektetésével pedig nagyobb piaci részesedésre tehet szert a vállalat.



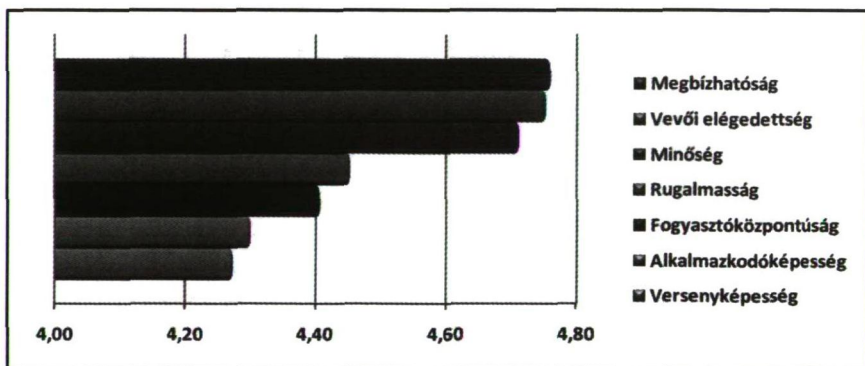
5. ábra. A vállalkozások által elért siker tényezői

Figure 5. Business-success factors

(Forrás: Saját szerkesztés)

A mintában szereplő vállalatok elért sikerüknek több ismérvet jelöltek meg. A válaszok gyakoriságának rangsorából (5. ábra) kitűnik, hogy legtöbbször a hatékony stratégia kialakítását tartják legnagyobb sikerüknek. A második és harmadik helyek között nem nagy az eltérés. Összefoglalva elmondható, hogy a válaszadók több mint egy harmada a sikeres tervezést és a jó vállalati kultúrát tartja eddigi legnagyobb eredményének.

Az üzleti világban minden vállalkozónak egy bizonyos értéket kell képviselnie a piacon. Ez az érték jelenti azt a megkülönböztető tényezőt a szervezetek számára, amely alapján a fogyasztók előnyben részesítik a vállalatot versenytársaival szemben.



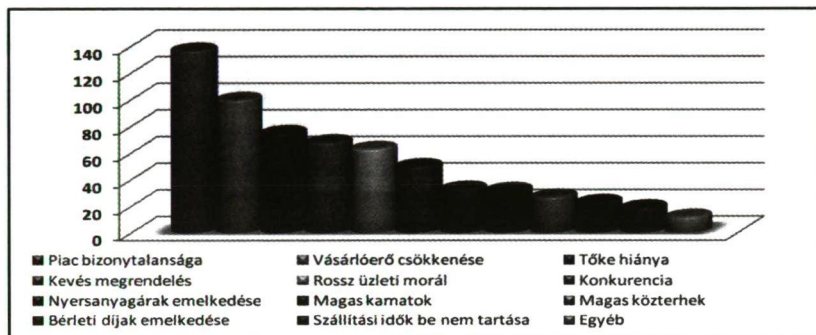
6. ábra. A siker értékeinek rangsora

Figure 6. Gradation of success values

(Forrás: Saját szerkesztés)

Az ábrából is jól kitűnik, hogy a szlovákiai vállalkozások értékeiket a vásárlók igényeihez igazítják. A szervezetek számára fontos a vevők elégedettsége, ezért megbízható és minőségi termékeket, illetve szolgáltatásokat kínálnak a fogyasztóiknak. Ez azt bizonyítja, hogy a sikeres szlovák vállalkozó el tudja dönteni, hogy milyen értékekkel akarja és tudja kielégíteni a fogyasztók szükségleteit.

Ahhoz, hogy eredményesen tudjon tevékenykedni a vállalkozás figyelemmel kell kísérnie a vállalati környezet alakulását. Napjainkban a vállalati környezetre a 2008 őszen ki-robbant globális világválság van hatással. A kérdőíves felmérésben résztvevő cégek szerint a sikerességet leginkább veszélyeztető faktorok Szlovákia déli részén a következők (7. ábra).



7. ábra. A sikeres vállalkozást hátráltató tényezők

Figure 7. Factors hindering the successful business

(Forrás: Saját szerkesztés)

A válaszadók szerint a sikeres vállalkozási tevékenységet a legnagyobb mértékben a piac bizonytalansága, a vásárlóerő csökkenése és a tőke hiánya hátráltatja. Ezek a tényezők napról napra változhatnak, mivel a vállalkozás gazdasági környezetének a változása kiszámíthatatlan. Magyarországgal ellentétben itt viszont nem jelentenek komoly problémát a magas közterhek és a banki kamatok. (Utóbbi elsősorban az Euro bevezetésének köszönhető.)

4. Összefoglaló következtetések

A tanulmány harmadik pontjában bemutatott kutatás végeredményei alapján elmondható, hogy a felzárkózó volt szocialista közép-európai országokban egy sikeresnek tekinthető vállalkozás stratégiája akkor lesz eredményes, ha tisztában van a képességeivel és gazdasági mozgástere korlátaival.

A szervezetek jövőbeni terveik megfogalmazásakor mindig az elérhető eredményeket kell megcélózniuk. Ha a stratégiájuk megvalósításának útjában sok akadály áll, akkor a vállalkozás sikeressége veszélybe kerülhet. Ennélfogva megállapítható, hogy a vállalkozás célrendszerének és stratégiájának összhangban kell lennie. Ha a célok és a kijelölt irány különbözik, akkor a vállalat léte is veszélybe kerülhet, mivel a nehézségek leküzdése rengeteg pénzügyi és anyagi jellegű erőforrást emészt fel.

A szervezet működési folyamatainak támogatnia kell a vállalat stratégiáját. Mindig azokat a folyamatokat kell előtérbe helyezni, amelyek a stratégia végrehajtásához szükségesek. A vállalkozás csak úgy lehet sikeres, ha rendelkezik olyan értékekkel, amelyekkel megnyeri maga számára a vásárlókat.

A sikerességhez nem elég csupán a folyamatok, célok és a stratégia összhangja, mivel az eredményes szervezetnek egy jó vezetőre is szüksége van. A jó vezető fogalma alatt sok mindent lehet érteni. Fontos, hogy a vezető személy megfelelő képességekkel és készségekkel rendelkezzen.

Ahhoz, hogy a cég hosszútávon sikeres tudjon maradni, elengedhetetlen, hogy figyelemmel kísérje a gazdasági környezet tényezőinek a változását. Ez a környezet nagyon hamar változik, ezért a szervezetnek mindig készen kell állnia a változásokra, mivel nem előrelátható, hogy melyik tényező és milyen mértékben lesz veszélyes a számára.

Jegyzetek

1. **Lampl Zsuzsanna** (1999): Vállalkozások és vállalkozók 1989 után. Fórum Társadalomtudományi Szemle. I. évfolyam. 1999/2.szám.
2. **Ivana Butoracová Šindlerová–Ivana Morovská** (2009): Podnikateľské prostredie v Slovenskej republike z pohľadu inováčných príležitostí a bariér regionálneho rozvoja. Zbroník KEE. 27–44. old.

Felhasznált irodalom

Dinya László (2005): Szervezetek sikeressége és válsága. Akadémiai Kiadó. Budapest.

Lampl Zsuzsanna (1999): Vállalkozások és vállalkozók 1989 után. Fórum Társadalomtudományi Szemle. I. évfolyam. 1999/2. szám.

Ivana Butoracová Šindlerová–Ivana Morovská (2009): Podnikateľské prostredie v Slovenskej republike z pohľadu inováčných príležitostí a bariér regionálneho rozvoja. Zbroník KEE. 27–44. old.

Varsányi János (1996): Üzleti stratégia – üzleti tervezés. Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest.